



**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**CURSO ACADÉMICO 2018/2019**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA APLICADA AL  
SECTOR TEXTIL ESPAÑOL: INDITEX Y MANGO**

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY APPLIED TO THE  
SPANISH TEXTILE SECTOR: INDITEX AND MANGO**

Autora: Ana Cebrecos Gutiérrez

Directora: Rosa Patricia Martínez García de Leaniz

Junio 2019

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>2. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....</b>	<b>2</b>
2.1 ANTECEDENTES Y ORIGEN DE LA RSC.....	2
2.2 ¿QUÉ ES LA RSC? .....	3
2.3 STAKEHOLDERS O GRUPOS DE INTERÉS .....	4
2.4 IMPLANTACIÓN DE MEDIDAS DE RSC .....	4
2.5 VENTAJAS DE IMPLANTAR MEDIDAS DE RSC EN LA EMPRESA .....	5
2.6 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE “ODS” .....	6
<b>3. RSC EN EL SECTOR TEXTIL ESPAÑOL.....</b>	<b>8</b>
3.1 EL SECTOR TEXTIL EN ESPAÑA .....	8
3.2 LAS TRES DIMENSIONES DE LA RSC .....	8
3.3 DESLOCALIZACIÓN .....	9
3.4 DERRUMBE DE BANGLADÉS.....	10
<b>4. LOS GIGANTES DEL SECTOR TEXTIL EN ESPAÑA .....</b>	<b>11</b>
4.1 PRESENTACIÓN DE LAS MAYORES MULTINACIONALES ESPAÑOLAS DEL SECTOR TEXTIL .....	11
4.2 INDITEX Y LA RSC.....	11
4.2.1 Dimensión Social .....	12
4.2.2 Dimensión Medioambiental .....	13
4.2.3 Cadena De Suministro .....	17
4.3 MANGO Y LA RSC .....	18
4.3.1 Dimensión Social .....	19
4.3.2 Dimensión Medioambiental .....	20
4.3.3 Cadena De Suministro .....	21
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>22</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>27</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: El mapa de la moda 2016 (Fuente: moda.es) .....	2
Ilustración 2: The circular project 2018 (Fuente: thecircularproject.com) .....	6
Ilustración 3: Evolución del peso de la moda sobre el PIB (Fuente: Moda.es) .....	8
Ilustración 4: Greenpeace y su campaña detox (Fuente: Greenpeace) .....	14
Ilustración 5: Tienda ecoeficiente (Fuente: Memoria RSC Inditex 2017) .....	15
Ilustración 6: Programa Join Life (Fuente: Inditex 2019) .....	16
Ilustración 7: Plan estratégico para una cadena de suministro estable y sostenible 2014-2018 (Fuente: Memoria RSC Inditex 2017) .....	17
Ilustración 8: Programa de Cumplimiento (Fuente: Memoria RSC Inditex 2017) .....	18
Ilustración 9: Código de Conducta social, laboral y ambiental (Fuente: memoria RSC Mango 2017) .....	22
Ilustración 10: Objetivos de desarrollo sostenible en la estrategia de Inditex (Fuente: Memoria RSC Inditex 2017) .....	24

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Elaboración propia (Fuente: Memoria RSC Mango 2017 y ODS) .....	26
--	----

## RESUMEN

Cada vez estamos más acostumbrados a escuchar que distintas empresas están promoviendo la realización de buenas prácticas en relación a responsabilidad social corporativa, pero ¿qué es la Responsabilidad Social Corporativa?

El objetivo de este trabajo es descubrir y dar a conocer el concepto de RSC, explicar las ventajas de su implantación en las organizaciones y analizar este concepto en el sector textil en España.

Unido al término de RSC están los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que son 17 objetivos que en 2015 se comprometieron a cumplir a largo plazo representantes de 70 países, tanto de empresas públicas como privadas, cuyos grandes campos son erradicar la pobreza extrema, combatir la desigualdad e injusticia y solucionar el cambio climático. Veremos que el concepto de RSC y ODS están estrechamente relacionados y haré un análisis más profundo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Para el análisis de la aplicación de la RSC en el sector textil en España he escogido Inditex y Mango ya que son las empresas del sector textil más grandes en relación con número de tiendas y facturación de España. Para ello, voy a descubrir cuáles son las prácticas que llevan a cabo estas empresas dividiendo sus proyectos en dimensión social, medioambiental y cadena de suministro extrayendo los datos de sus Memorias de Sostenibilidad de 2017.

Una vez hecho el análisis hago una comparativa de ambas empresas y llego a la conclusión de que Mango está un paso por detrás de Inditex en cuanto a la inversión en proyectos de RSC, Inditex es un referente en este ámbito para las empresas en general ya que en su Memoria de Sostenibilidad explican que pretenden aumentar cada año la inversión en este término.

Finalmente, con este trabajo he descubierto un término tremendamente importante que todo el mundo debe conocer por lo que espero que si estás leyendo este trabajo te sirva para comprender mejor el término de Responsabilidad Social Corporativa y las ventajas de su implantación, así como descubrir el gran trabajo que hacen las empresas del sector textil que no es tan conocido mediáticamente como las malas prácticas.

## **ABSTRACT**

We are increasingly used to hearing that different companies are promoting the realization of good practices in relation to corporate social responsibility, but what is Corporate Social Responsibility?

The aim of this work is to discover and publicize the concept of CSR, explain the advantages of its implementation in organizations and analyze this concept in the fashion sector in Spain.

Linked to the term CSR are the Sustainable Development Goals, which are 17 goals that back in 2015 were committed to meet, in the long term, representatives of 70 countries, both from public and private companies, whose major fields are to eradicate extreme poverty, combat inequality and injustice and solve climate change. We will see that the concept of CSR and SDOs are closely related and I will make a deeper analysis of the Sustainable Development Goals.

For the analysis of the application of CSR in the textile sector in Spain I have chosen Inditex and Mango as they are the largest textile companies in relation to the number of stores and turnover in Spain. For this, I will discover what are the practices carried out by these companies by dividing their projects into a social, environmental and supply chain dimension, extracting the data from their 2017 Sustainability Reports.

Once the analysis is done I make a comparison of both companies and come to the conclusion that Mango is one step behind Inditex in terms of investment in CSR projects, Inditex is a benchmark in this field for companies in general since in their Sustainability Report, they explain that they intend to increase investment in this term every year.

Finally, with this work I have discovered a tremendously important term that everyone should know so I hope that if you are reading this work, it will help you to better understand the term of Corporate Social Responsibility and the advantages of its implementation, as well as discovering the great work done by companies in the textile sector which is not as well known in the media as bad practices are.



## 1. INTRODUCCIÓN

Antes de adentrarnos en el análisis de la responsabilidad social corporativa (RSC) en el sector textil, debemos saber qué es la RSC puesto que es un concepto que cada vez se escucha más en nuestro día a día pero que no todo el mundo sabría explicar su significado en sí, y qué es lo que conlleva realizar prácticas de dicho término.

Existen cientos de libros que dan distintas definiciones de RSC, artículos en periódicos e incluso blogs de personas particulares que quieren dar a conocer dicho concepto, pero yo personalmente, he encontrado un manual llamado *“Manual práctico de responsabilidad social corporativa 2014, p. 20”* que a mi parecer tiene una clara definición de RSC: “Es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente y sobre la sociedad en general”.

Debemos señalar el avance de las telecomunicaciones y por consiguiente las redes sociales que juegan un papel muy importante en la sociedad y hacen que estemos enterados de todo lo que pasa alrededor del mundo prácticamente al instante. Esto ha hecho que toda la sociedad se entere de tanto las buenas prácticas como las malas hablando en términos de RSC y por consiguiente el alarde de opiniones referido a este término cada vez esté siendo mayor y se les exija a las empresas que cumplan con su compromiso. Por ello en este trabajo hablaré de alguna de las malas prácticas en términos de responsabilidad social más habladas de los últimos años en referencia al sector textil.

Toda esta información que poseemos los consumidores ha servido para que las empresas se esfuercen en mejorar, puesto que ellas mismas saben que realizar prácticas de RSC repercuten en un beneficio común; por un lado, a la sociedad en general y por otro lado un prestigio de la propia empresa simplemente por realizar dichas prácticas.

Moda.es elabora anualmente un documento de análisis de las principales empresas del sector textil en España, en el cual hizo un ranking de las mayores empresas del sector textil en España, por el que Inditex volvió a ser la compañía textil española por excelencia, que está en el top de las empresas internacionales del sector textil y que analizaré con detenimiento más adelante.



**Ilustración 1:** El mapa de la moda 2016 (Fuente: moda.es)

En segundo lugar, en el ranking de mayores empresas textiles españolas, se encuentra Mango, que desde su apertura en 1984 ha ido reinventándose y desarrollando nuevas estrategias de marca, que han hecho que tenga esa posición, más adelante también haré un análisis de sus prácticas relacionadas con RSC y para finalizar, una comparación de ambas.

## 2. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### 2.1 ANTECEDENTES Y ORIGEN DE LA RSC

Los antecedentes de la RSC provienen de siglos atrás, podemos destacar la época de la esclavitud en la que muchas personas eran forzadas a realizar trabajos en contra de su voluntad por lo que siglos atrás ya existía el abuso a los trabajadores.

Debemos señalar la Revolución Industrial como período importante en el origen de la RSC. En esta época la población se dividía en burgueses, personas que poseían tanto tierras como las fábricas y máquinas, cuyo único objetivo era la obtención de beneficio económico y por otro lado estaban los obreros y proletariado que era la clase baja de la sociedad que trabajaba a cambio de muy bajas cantidades de dinero y en condiciones pésimas.

Debido a dichas condiciones pésimas de trabajo surgen líderes sociales que quieren realizar cambios en relación con las malas condiciones de trabajo para el proletariado. Uno de los más destacados activistas fue Robert Owen (Biografía y Vida. 2015), quien en 1820 creó en Escocia una comunidad industrial con lo que buscaba promover mejoras a sus trabajadores como fueron los aumentos de los salarios, proporcionó a sus obreros condiciones dignas de vivienda, educación y sanidad y, además, erradicó el trabajo infantil. La fama de Owen se expandió por Gran Bretaña y se plasmaron sus ideales tanto en libros como en conferencias.



Pero es indudable que el concepto de RSC como tal, surge a mediados del siglo XX con la preocupación de índole social, ética y medioambiental. Debemos destacar a Howard R. Bowen (Comunidadrse. 2015) con su obra Social *“Responsibilities for the Businessman (1953)”* a quién se le atribuye ser el padre de la RSC y dicha obra la “Biblia” de la responsabilidad social corporativa. En este libro se realizó la primera definición como tal de RSC; *“Las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad”*.

Es en la década de los 60 y 70 en la que se mueven dos planteamientos completamente contradictorios en relación con las condiciones de los trabajadores. Uno de ellos planteaba que el único objetivo de las empresas era el beneficio propio y obtener las máximas ganancias teniendo en cuenta únicamente a los accionistas de dichas organizaciones. Ejemplo de esto es la afirmación que realizaba Milton Friedman en 1970 que decía: *“La única responsabilidad social es ganar dinero”*.

Por otro lado, estaba la otra postura que defendía que se deben tener en cuenta todos los grupos de interés que rodean a la empresa (stakeholders). Los defensores de esta teoría pensaban que, si se repartían los beneficios entre todos los stakeholders, esto provocaría un aumento de la reputación y de valor, y que a largo plazo redundaría en ventajas.

Por lo que es en la década de los 60 y 70 cuando se empieza a despertar un gran interés por el impacto que puede generar las prácticas que realicen las empresas en la sociedad en general.

La década de los 80 fueron unos años llenos de riqueza y bienestar por lo que los temas relacionados con la RSC se mantuvieron al margen pese a que seguía habiendo gente investigando sobre el tema.

Es en la década de los 90 y principios del siglo XXI, con el proceso de la globalización cuando se vuelve a tener un especial interés en la RSC y a implantar distintas medidas en las empresas ya que se había comprobado que implantar dichas propuestas en muchos casos garantizaba la creación de una ventaja competitiva para la empresa puesto que la imagen que la sociedad tenía de ella la hacía mejorar.

## 2.2 ¿QUÉ ES LA RSC?

La RSC, como hemos podido observar anteriormente, tiene aportaciones de hace muchos años por lo que no existe una única definición a su concepto.

El Libro Verde de la Comisión Europea define la RSC (Katharina Miller. 2016) como *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”*, además remarca que *“ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.”*

Por otro lado, el Foro de expertos en Responsabilidad Social de las Empresas (2007) constituido por el ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales define la RSC de la siguiente manera: *“La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de*

*interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”.*

De ambas definiciones podemos llegar a la conclusión de que la RSC es voluntaria, no es voluntario cumplir con las leyes relacionadas con RSC como puede ser la prohibición del trabajo infantil, pero en cambio, sí realizar prácticas de RSC. Sin embargo, si una empresa solicita un certificado de RSC, la misma se somete a la supervisión y al cumplimiento de obligaciones establecidas por la agencia que ha emitido dicha certificación.

## **2.3 STAKEHOLDERS O GRUPOS DE INTERÉS**

Cuando hablamos de stakeholders o grupos de interés nos referimos a todos aquellos grupos, tanto internos como externos a la organización, que se van a ver afectados por las decisiones de dicha empresa. Entre los stakeholders y la organización ha de producirse un diálogo interactivo, un feedback para que la comunicación contribuya a establecer alianzas y permita alcanzar beneficios bilaterales (De la Cuesta González y Muñoz Torres, 2010). Concepto que está estrechamente relacionado con la RSC puesto que, si una empresa lleva a cabo medidas de RSC, se verán afectados todos sus stakeholders.

## **2.4 IMPLANTACIÓN DE MEDIDAS DE RSC**

Las formas en las que una empresa puede apostar por la RSC son muy variadas. Dependiendo del sector de actividad y del tamaño de la compañía se pueden elegir las que mejor se adapten en cada caso. Algunas de estas acciones son muy sencillas y con un coste muy reducido, con lo cual son asequibles para empresas de cualquier tamaño.

Antes que nada, se debe analizar cuál es la política interna de la empresa, si se ve reflejada en algún ámbito de la empresa que esta quiera predisponer de la realización de alguna medida de RSC. Para buscar dicha información sería muy útil observar la MISIÓN, VISIÓN y OBJETIVOS que tiene fijada la empresa, puesto que las políticas de RSC deben estar alineadas con dichos conceptos.

Se debe analizar la situación en la que se encuentra la empresa, el sector en el que opera, los valores internos de la propia empresa y cuáles son sus stakeholders con la finalidad de conocer sus expectativas y necesidades dentro de la empresa.

Una vez analizados los datos anteriormente comentados, se deberá establecer objetivos concretos, alcanzables y medibles. Estos objetivos serán alcanzados a través de la realización de un plan, de la elaboración de una estrategia interna en torno a medidas de RSC.

Después de poner en marcha el plan es necesario un seguimiento y estudio del mismo, viendo los resultados, comprobando la efectividad del mismo y haciendo ajustes siempre que fuera necesario.

Por otro lado, además de realizar prácticas en relación con RSC hay que ir más allá, concienciando a la plantilla entera del por qué se realizan dichas medidas y mostrando de forma transparente los resultados de dichas prácticas que si son positivos beneficiará no solo a la empresa, sino también a sus stakeholders.

## 2.5 VENTAJAS DE IMPLANTAR MEDIDAS DE RSC EN LA EMPRESA

Después de haber analizado la definición de RSC voy a hablar de las ventajas que aporta la implementación de estas medidas en la empresa. Como hemos visto, ser responsable socialmente dentro del ámbito de la empresa genera no solo beneficios para la sociedad si no también para la propia empresa puesto que el objetivo principal de la Responsabilidad Social Corporativa es que el impacto positivo que causan estas prácticas en la sociedad se traduzca en una mayor competitividad y sostenibilidad para la empresa.

Aunque la responsabilidad principal de las empresas consiste en generar beneficios, pueden contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales y medioambientales, integrando la responsabilidad social como inversión estratégica en el núcleo de su estrategia empresarial. Por tanto, la responsabilidad social debe considerarse una inversión y no un gasto.

A continuación, enumero una serie de ventajas que les impulsan a llevar a cabo a las empresas acciones de responsabilidad social: (CAVALA, 2014.)

- Satisfacción del cliente y del empleado. Si su imagen es positiva, la empresa conseguirá la lealtad del consumidor. Por su parte, un trabajador satisfecho es más productivo.
- Mayor influencia de la empresa en la sociedad y en los líderes de opinión. Si la empresa es honesta y transparente se ganará el respeto de los líderes de opinión.
- Diferencia positivamente la marca de la competencia.
- Atracción de inversores. Un inversor siempre preferirá una empresa bien posicionada socialmente.
- Reducción de costes. Acciones como el reciclaje o una menor emisión de gases pueden ayudar a reducir costes innecesarios.

Por otro lado, como ya he comentado anteriormente, al realizar prácticas en cuestión de RSC en la empresa indirectamente se crean beneficios para la sociedad en general, algunos de los más destacados son los siguientes: (CAVALA, 2014).

- Mejoramiento de la cohesión social.
- Lucha contra la pobreza y contribución al desarrollo.
- Reforzamiento del respeto para los Derechos Humanos.
- Respeto de las condiciones de competencia.
- Transferencia de tecnología.
- Preservación del Medio Ambiente.
- Refuerzo del respeto de los Derechos Fundamentales.
- Mejora la comunicación interna y la confianza de los trabajadores.
- Promueve la motivación y el bienestar de los trabajadores por colaboraciones con proyectos comunitarios.

- Contribuye al desarrollo sostenible, a partir del cuidado y respeto por el medio ambiente.

La Responsabilidad Social Corporativa supone una visión de negocio a medio y largo plazo que eleva la competitividad, reduce riesgos y costes, y mejora la reputación de una organización. Los beneficios son mutuos entre la corporación y sus grupos de interés. Por tanto, el término de RSC debe estar estrechamente ligado al de rentabilidad.

## 2.6 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE “ODS”

Los objetivos de desarrollo sostenible son un llamamiento a la ciudadanía, empresas y gobiernos para que tomen medidas y acaben con la pobreza, protejan el medio ambiente y garanticen una vida plena y de paz a todas las personas. Son 17 objetivos que en 2015 se comprometieron a cumplirlos un total de representantes de 70 países, reunidos en la conferencia RÍO+20. Estos objetivos no están dirigidos exclusivamente al sector privado, si no que van dirigidos a todos los ámbitos, administraciones públicas, privadas, a la sociedad en general. Hay un plazo hasta 2030 para conseguir llevar a cabo los objetivos. Estos objetivos están centrados en tres grandes campos:

- Erradicar la pobreza extrema
- Combatir la desigualdad e injusticia
- Solucionar el cambio climático

Dichos **objetivos** son los siguientes:



**Ilustración 2:** The circular project 2018 (Fuente: thecircularproject.com)

En la propia página de las Naciones Unidas están explicados los distintos objetivos de forma más detallada. Para llevar a cabo estos objetivos ya existen diferentes campañas:

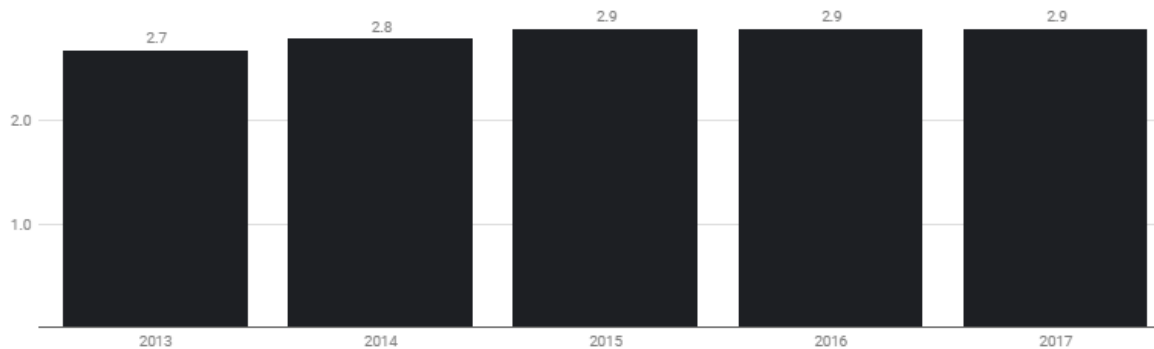
- **Abordar el cambio climático:** El cambio climático es una realidad mundial que afecta a todos los países de los cinco continentes. Lo que se pretende con esta campaña es minimizar los efectos de los cambios y para ello en diciembre de 2015 se firmó el Acuerdo de París, este acuerdo fue firmado por los 195 países participantes y en él se establecen medidas para la reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero. Esta campaña está directamente relacionada con el Objetivo 13, “Acción por el clima”, pero está indirectamente relacionado con los otros 16 objetivos restantes ya que abordar el cambio climático es una realidad que nos afecta a toda la humanidad en general.
- **El género:** La violencia contra las mujeres y niñas es una de las violaciones de los derechos humanos más extendida mundialmente, afecta a mujeres con independencia de su edad, etnia, religión u otros aspectos. Para la erradicación de este gran problema, que está directamente relacionado con el objetivo 5 “Igualdad de género” e indirectamente con el objetivo 16 “Paz, justicia e instituciones sólidas”, la Unión Europea (UE) y las Naciones Unidas se han embarcado en una nueva iniciativa global orientada a eliminar todas las formas de violencia contra las mujeres y las niñas: la Iniciativa Spotlight. La iniciativa tiene por objeto acabar con todos los tipos de violencia contra las mujeres y las niñas, y se dirige especialmente a las más presentes y que contribuyen a la desigualdad de género en todo el mundo.
- **Decenio de Acción para el Agua:** El agua es el recurso más importante que tenemos. Según estimaciones, se prevee que en 2030 haya una disminución de los recursos de agua dulce del 40% debido al incremento de la población, lo que provocaría una crisis mundial. Para paliar este problema se ha puesto en marcha en 2018 el “Decenio Internacional para la Acción de Agua” para el Desarrollo Sostenible (2018-2028) constituido por la Asamblea General de las Naciones Unidas, este decenio tiene como objetivo promover la adopción de medidas que ayuden a transformar la manera en que gestionamos el agua. Esta campaña está directamente relacionada con el objetivo 6 “Agua limpia y saneamiento”, pero debido a lo comentado anteriormente, de que el agua es el recurso por excelencia, afecta indirectamente a los 16 objetivos restantes.
- **La juventud:** El número de personas entre 15 años y 24 va en aumento, se estima que actualmente hay alrededor de 18000 millones de jóvenes comprendidos en esa edad por lo que existe una necesidad de dar voz a los pensamientos y opiniones de esta parte de la población. Para ello, Jayathma Wickramanayake fue nombrada enviada del Secretario General de las Naciones Unidas para la Juventud en junio de 2017, su objetivo es ser la defensora mundial de la juventud. Trabaja para garantizar la participación de los jóvenes en asuntos que les interesan, dándoles voz en las Naciones Unidas alrededor del mundo. Además, a través de las Naciones Unidas, en 2016 se anunció la creación de un grupo de 17 jóvenes de distintos países, regiones y sectores que trabajan mano a mano con la enviada para la Juventud trabajando en el cumplimiento de distintos ODS.

### 3. RSC EN EL SECTOR TEXTIL ESPAÑOL

#### 3.1 EL SECTOR TEXTIL EN ESPAÑA

El Sector Textil y de la Confección representa el 2,9% del Producto Industrial Bruto del año 2017. La moda se reforzó como líder en la clasificación española de productos más comercializados en el ámbito online. Los artículos del sector elevaron sus ventas un 12% en 2016, hasta representar el 6% del valor total del comercio electrónico en el país.

El proceso de globalización y liberalización del sector textil es una realidad mundial, esto ha traído consigo la expansión internacional del sector guiada por dos razones: Encontrar ventajas competitivas y encontrar ventajas de localización en las inversiones de capital. Por ello, se inició el proceso de deslocalización de empresas textiles a países en vías de desarrollo, que explicaré más adelante de forma más detallada.



**Ilustración 3:** Evolución del peso de la moda sobre el PIB (Fuente:Moda.es)

#### 3.2 LAS TRES DIMENSIONES DE LA RSC

Hay multitud de maneras de dividir las medidas de RSC, pero para mi opinión, la que mejor explica y divide las acciones de RSC son la dimensión económica, social y medioambiental, sacadas del portal I-Ambiente, publicado por Fernando Nájera.

La dimensión **económica** está ligada a la generación de riqueza lo que por sí mismo, conecta con el objetivo más básico de la mayor parte de las organizaciones y de todas las empresas como tales, pero esta producción de beneficios se amplía y matiza desde el punto de vista de la RSE. Desde esta perspectiva, la generación de riqueza es hacia el entorno y no sólo hacia los accionistas o propietarios de la empresa. Además, debe basarse en valores y prácticas universales. De este modo, una empresa es socialmente responsable siempre que al tiempo que obtiene beneficios, busca la reducción de los costes de cualquier tipo, no sólo costes económicos, sino también medioambientales o sociales (Dimensión medioambiental de la responsabilidad social empresarial como herramienta estratégica y de competitividad).

La **dimensión social** es el funcionamiento social de las empresas que no solo contribuyen a la obtención de beneficios, sino que juegan un papel positivo en la sociedad. Se tratan cuestiones como la gestión de los recursos humanos, la salud y seguridad en el trabajo y los ajustes empresariales. Es, por tanto, la que puede hacer que la actitud de los consumidores hacia la empresa mejore y es capaz de crear una posición más atractiva en el mercado además de impactar positivamente sobre las ventas e incrementar los beneficios empresariales. Por ello muchas empresas están teniendo en cuenta la acción social para mejorar su reputación y la confianza de sus consumidores. Para poder formular la estrategia de acción social es necesario plantearse si existe una oportunidad de crear valor tanto para la empresa como para la sociedad. La empresa es la encargada de identificar nuevas oportunidades que le permitan integrar beneficios económicos y sociales que vayan más allá de únicamente responder a las expectativas de los stakeholders (Planellas y Urriolagoitia, 2009).

Por lo que respecta al **Medio Ambiente**, no se puede concebir una empresa sostenible si esta no es respetuosa con el entorno en el que desarrolla su actividad, para lo cual no basta con cumplir la legislación, sino que es necesario que añada valor y asuma compromisos que informen la globalidad de sus acciones.

Las empresas socialmente responsables deben de alguna forma asumir una filosofía de mejora continua y tratar de que sus procesos sean cada vez más eficientes y sus productos menos agresivos, intentando reintegrar a la sociedad al menos parte de los beneficios que ha conseguido gracias a ella (Nájera, F 2015).

### 3.3 DESLOCALIZACIÓN

Actualmente, la competencia entre marcas es enorme, por lo que la mayoría de las empresas de moda diseñan y comercializan sus prendas en países desarrollados, mientras que subcontratan la producción a fabricantes de países en vías de desarrollo cuyas condiciones laborales son peores (OIT, 2014), obligados a trabajar sin apenas derechos y con un salario indigno y con largas jornadas laborales (Raworth, 2004). El número de colecciones anuales ha pasado de ser de 2 o 3 a incluso 20, claro ejemplo lo podemos ver en Inditex ya que cada semana encontrarás prendas de ropa con diseños diferentes, por lo que se ha cambiado hacia un modelo rápido y flexible con menores costes en los sectores textiles (OIT, 2014). Esta flexibilidad ha reducido los tiempos de producción debido a la exigencia de las grandes marcas de la entrega “al momento”. Esto genera pedidos menos previsibles y más pequeños y unos costes de transporte muy elevados en caso de incumplimiento de plazos hacia las empresas productoras (Raworth, 2004).

Además de deslocalizar la producción, deslocalizan el riesgo subcontratando responsabilidades. Esto hace que las subcontratas tengan una fuerte competencia de precios entre ellas por conseguir los pedidos, lo que se traduce en el empeoramiento de las condiciones laborales de sus trabajadores (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2017). Todo esto ha hecho que la deslocalización de las empresas, ya no solo del sector textil sino de todos los ámbitos, sea un problema de RSC en el que las empresas deben emplear medidas y medios para la mejora de las condiciones laborales de los trabajadores de sus propios proveedores.

### 3.4 DERRUMBE DE BANGLADÉS

El 24 de abril de 2013 se produjo el derrumbe de un bloque de 8 pisos en Savar, distrito de Daca, capital de Bangladés, se trataba de un edificio con distintas tiendas y bancos pero que principalmente tenía fábricas textiles. El día anterior se habían comenzado a pronunciar grietas profundas por lo que los trabajadores de la planta uno, principalmente tiendas, se les ordenó que no fueran a trabajar al día siguiente por precaución, pero en cambio, los trabajadores de las fábricas textiles tuvieron orden de ir. Al día siguiente el edificio se derrumbó.

En un primer momento las noticias hablaron de 23 muertos, el 7 de mayo de ese mismo año se hablaron de datos más concretos y se confirmó que murieron 1129 personas y 2515 resultaron heridas (BBC, 2013). El derrumbe se produjo en la mañana en la hora punta por lo que los hechos fueron devastadores.

Antes que nada, debemos hablar del por qué de la existencia de las condiciones precarias en las fábricas textiles. Como ya he comentado, la mayoría de las grandes multinacionales textiles tienen su producción subcontratada en países subdesarrollados o en vías de desarrollo. Podemos destacar Camboya ya que cada vez existen datos de mayor volumen de producción textil, esto se debe a que es uno de los países más pobres del mundo donde el salario es más bajo, por debajo de los 40 dólares al mes por jornadas de más de doce horas diarias, en la mayoría de los casos, y de seis días a la semana lo que hace que apenas puedan cubrir las necesidades más básicas.

Las empresas saben dónde subcontratan el proceso de producción de su mercancía, saben los costes que conlleva y los salarios de sus trabajadores, pero es la manera en la que pueden sacar mayores rendimientos. Debido a la presión social, a algunos de los mayores escándalos, ha sido cuando se han empezado a introducir medidas preventivas en prevención laboral, pero sigue sin ser posible llevarlas a cabo puesto que los plazos de producción que establecen las empresas siguen disminuyendo debido a que cada vez se espera mayores cambios y más rápidos en las colecciones.

Además, las empresas subcontratadas no solo producen para una sola empresa, sino que producen para más de una, esto quiere decir que en la misma fábrica de Camboya pueden estar produciendo prendas tanto para NIKE como para Mango en la que ambas exigen plazos de entrega muy reducidos sin comprobar que las fábricas tienen la infraestructura y capacidad necesaria para realizarlo, por lo que la presión a la que trabajan sus trabajadores es muy alta.

Los accidentes laborales se producen en las fábricas porque no existe una cultura empresarial de prevención de riesgos laborales, la mayoría de los trabajadores son personas que abandonan el campo para conseguir algo de dinero y mandárselo a sus familias por lo que quieren conseguir el mayor salario posible a base de meter horas, en consecuencia el desgaste físico que tiene una trabajadora o un trabajador en una jornada de 12 horas es muy alto y por ello la causa de distintos accidentes de trabajo.

A través de la presión de distintas asociaciones y de la sociedad en general, cada vez hay más miramiento por las prácticas relacionadas con RSC, pero aún queda mucho camino por recorrer.



## 4. LOS GIGANTES DEL SECTOR TEXTIL EN ESPAÑA

En este último apartado, voy a presentar a las grandes empresas del sector textil en España que son Inditex y Mango y explicar cuáles son las medidas de RSC que llevan a cabo realizando una comparación entre ellas y llegando a una conclusión. La elección de estas dos empresas se debe a que son las de mayor tamaño de España y que ambas presentan unas características similares puesto que operan internacionalmente.

### 4.1 PRESENTACIÓN DE LAS MAYORES MULTINACIONALES ESPAÑOLAS DEL SECTOR TEXTIL

**Inditex S. A.**, acrónimo de Industria de Diseño Textil, Sociedad Anónima, es un grupo multinacional español de fabricación y distribución textil. Tiene su sede central en el Polígono Industrial de Sabón, en Arteijo, La Coruña, España.

Inditex tiene en nómina a más de 152 000 empleados y opera en más de 7000 tiendas en los cinco continentes bajo las marcas principales de Zara, Zara Home, Massimo Dutti, Pull & Bear, Bershka, Oysho, Uterqüe, Lefties y Stradivarius.

Su fundador es Amancio Ortega, que en 1975 abrió la primera tienda con la denominación de “ZARA” en una céntrica calle de La Coruña. El centro de producción lo tenía en Arteijo y dos años después abrió su primera tienda en Madrid.

Desde entonces no ha parado de crecer y en la actualidad, como comenté anteriormente, es la empresa textil con mayor facturación del mundo (Comino, A. 2018). Por último, destacar que Inditex cotiza en bolsa desde 2001 y forma parte de índices bursátiles como Ibex35, FTSE Eurotop 100 y Eurostoxx 600 e índices de sostenibilidad como Ftse4Good y DJSI, (Inditex, 2019).

**Mango** es una multinacional dedicada al diseño, la fabricación y la comercialización de prendas de vestir y complementos para mujer, niño y hombre. Su actual presidente es Isak Andic. Tiene su sede en Palau-solità i Plegamans, Barcelona, España.

Mango cuenta con 16.625 empleados y opera en más de 2.700 puntos de venta en más de 105 países.

Fue fundado por Isak Andic que en 1984 abrió la primera tienda con el nombre de Mango en Barcelona, en la céntrica calle de Paseo de Gracia, solo tardaron 3 años para que estuviera presente en 13 ciudades españolas.

Actualmente, es el número dos en España teniendo en cuenta tanto su tamaño como su facturación.

### 4.2 INDITEX Y LA RSC

Tanto Inditex como otras muchas empresas textiles se han visto involucradas en escándalos relacionados con malas prácticas de RSC, como el trabajo infantil, las malas condiciones laborales que los proveedores de estas empresas dan a sus trabajadores, la contaminación de los ríos cercanos a las fábricas de los proveedores... Estos son solo algunos de los mayores escándalos que las empresas del sector textil han estado involucradas, por ello, Inditex en concreto, quiso hacer frente a estas críticas y poner remedio a través de poner en marcha prácticas de RSC.

En este caso, voy a diferenciar las medidas que están llevando a cabo en los aspectos sociales, medioambiental y cadena de suministro, en este caso, abordaré el tema de cadena de suministro en vez de dimensión económica ya que considero que puede aportar mayor valor a este trabajo, a partir de la Memoria de RSC de 2017 publicada por INDITEX.

#### **4.2.1 Dimensión Social**

Inditex es conocido por ser el gigante de la moda, estar presente en las principales ciudades del mundo y crear unos beneficios y unas cifras enormes, pero su dimensión social no es tan conocida como debería serlo, la cual voy a explicar en este apartado.

##### **Empleabilidad**

La política de Inditex en temas relacionados con la acción social comienza de forma interna, en el departamento de recursos humanos.

Inditex lleva a cabo desde 2007 el *Proyecto Salta*, un proyecto que tiene como objetivo la mejora de la empleabilidad de jóvenes en situación de vulnerabilidad, gracias a este proyecto se ha contratado a 239 personas y el 52% de los candidatos seleccionados continúa trabajando en el Grupo (Memoria RSC, 2017). Otro proyecto que destacar es FORM&FORM, un programa de innovación social de Inditex para la integración de personas con discapacidad.

The Big Idea Project, se trata de una iniciativa llevada a cabo desde 2012 por la que los propios empleados pueden aportar ideas de mejora en el grupo en relación con iniciativas sociales y medioambientales. Desde 2012, se han llevado a cabo 43 ideas de acción social con una inversión de más de un millón de euros.

##### **Bienestar social y educación**

Cuando hablamos de la inversión de Inditex en la comunidad, nos referimos a las actividades que realiza el grupo para contribuir al desarrollo social de las comunidades con necesidades en las que Inditex desarrolla su actividad.

Dentro de este apartado, podemos destacar el programa EPGO, Educar Personas Generar Oportunidad, fundado en 2017, es un programa que pretende dar formación y trabajo a colectivos vulnerables. Mediante esta iniciativa ofreció ayuda en 11 países y 111.537 personas se vieron beneficiadas por esta iniciativa.

El Programa Village Hope, por el que Inditex firmó un acuerdo trienal de cooperación con China Youth Development Foundation (CYDF) para la construcción de 10 escuelas rurales. Un total de 895 adolescentes se han beneficiado directamente de este programa.

Desde 2015 Inditex colabora con el programa Water.org para facilitar, a través de una línea de microcréditos denominada WaterCredit, el acceso a agua potable y al saneamiento a más de 160.000 personas en Bangladés y Camboya.

## **Ayuda Humanitaria**

**ATENCIÓN A REFUGIADOS SIRIOS EN KILIS (Turquía).** Kilis se encuentra en la frontera con Siria, por lo que desde hace nueve años es una zona muy conflictiva en la que Médicos Sin Fronteras (MSF) ha ayudado a miles de personas ofreciendo atención médica primaria y en temas relacionados con salud mental, en cuyo proyecto lleva colaborando Inditex desde 2013.

**PROGRAMA EMERGENCIA MÉXICO.** En septiembre de 2017 dos terremotos sacudieron la capital de México. Ante esta situación, Inditex puso en marcha un programa de emergencia en colaboración con Cruz Roja Mexicana y Entreculturas.

**ACCESO A LA SALUD PARA LOS REFUGIADOS ROHINGYA EN BANGLADÉS.** El sur de Bangladés es, desde agosto de 2017, el lugar de acogida de más de 900.000 refugiados de Rohingya que han huido de Myanmar. La llegada masiva a Bangladés ha desbordado al país y a las organizaciones internacionales, al tiempo que ha provocado una escasez de alimentos y agua potable. Médicos Sin Fronteras comenzó a trabajar en la zona con el objetivo de dar ayuda médica y servicios de agua a la población. La contribución de Inditex a este proyecto ha sido destinada, fundamentalmente, a aprovisionar las clínicas de MSF, potabilizar agua y construir letrinas.

**APOYO A LA UNIDAD DE EMERGENCIAS DE MSF.** Inditex mantiene un compromiso con Médicos Sin Fronteras desde 2011. Este apoyo es clave para garantizar la inmediatez de la organización a la hora de responder de manera profesional y segura a las alertas humanitarias en cualquier lugar del mundo, y poder organizar misiones de emergencia basados exclusivamente en criterios y necesidades médicas (Memoria RSC, 2017).

En 2017, la inversión de Inditex en programas sociales superó los 48,1 millones de euros. Esta cifra representa un incremento superior al 20% respecto al anterior ejercicio.

Los propios responsables del grupo con sede en Arteixo destacan que las inversiones de carácter social suponen "un reto" y pretenden mejorar el "bienestar global" mediante el uso de recursos empresariales que generen un impacto social y económico importante.

### **4.2.2 Dimensión Medioambiental**

En su política de RSC Inditex tiene una clara preocupación por factores medioambientales que afectan a toda la comunidad favoreciendo la conservación de la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos naturales tal y como se desprende de la Política de Sostenibilidad Responsabilidad Social Corporativa del Grupo.

En la propia página Web del grupo, podemos ver diferenciados cuáles son sus objetivos en cuestiones relacionadas con RSC medioambiental.

## Agua

Como ya he comentado en la acción social que lleva a cabo, Inditex promueve el uso sostenible del agua a través de toda la cadena de suministro. Debido a que el agua es el recurso más preciado del planeta, Inditex lleva a cabo una serie de medidas para el cuidado de este.

Pretende promover un consumo de agua más eficiente tanto en los centros logísticos y sedes centrales como en las tiendas y la cadena de suministro en sí, con el fin de reducir un 50% el consumo de agua en tiendas y centros logísticos.

Tienen muy en cuenta evitar el impacto potencial del uso de químicos, por ello Greenpeace en 2016 reconoció a Inditex, entre otras empresas del sector textil, por su liderazgo en busca de una industria libre de tóxicos.



**Ilustración 4:** Greenpeace y su campaña detox (Fuente: Greenpeace)

Inditex pretende trabajar con sus stakeholders con el fin de alcanzar una gestión del agua sostenible, por ello participa en el proyecto Bangladesh Water PACT, una iniciativa internacional que busca la mejora ambiental y social de las fábricas de procesos húmedos en Bangladés.

## Energía

Pretende fomentar el uso racional y eficiente de la energía en toda su cadena de valor, para lo que incluye diversas iniciativas:

- Reducir el consumo de energía y aplicar tecnologías con bajo consumo de carbono en las tiendas, oficinas y centros logísticos.
- Fomentar la eficiencia energética en la cadena de suministro.
- Diseñar productos más sostenibles, teniendo en cuenta el consumo energético destinado a la elaboración de cada prenda.
- Promover la reutilización y el reciclaje de prendas y fibras.

Tenemos que destacar las tiendas “ecoeeficientes”. Inditex en su memoria de RSC dice: “Nuestro programa de tiendas ecoeficientes es una de las caras más visibles de nuestro compromiso con el uso eficiente de los recursos”

**Ilustración 5:** Tienda ecoeficiente (Fuente: Memoria RSC Inditex 2017)



## Biodiversidad

Tiene como objetivo proteger y conservar la biodiversidad de los lugares donde Inditex opera, directa o indirectamente. La estrategia que lleva a cabo Inditex en relación a la biodiversidad está estrechamente relacionada con la estrategia de agua y energía explicadas anteriormente puesto que, por ejemplo, el compromiso con el vertido cero de sustancias químicas peligrosas en la cadena de suministro ayuda a proteger la biodiversidad de los ríos y los ecosistemas marinos. De igual manera, la reducción del consumo energético y de las emisiones de carbono ayuda a reducir el calentamiento global y sus efectos en la biodiversidad.

Además, todos los centros logísticos de nueva construcción o las ampliaciones se construyen siguiendo los criterios establecidos por el US Green Building Council (USGBC) con el fin de obtener la certificación LEED Oro.

Por último, tener en cuenta la iniciativa CanopyStyle, iniciativa en la que Inditex colabora para proteger los bosques primarios, con el fin de proteger a los árboles de los que se obtiene tejido celulósico.

## Closing The Loop

Para la mayoría de la gente, las tiendas de Inditex eran el lugar dónde terminaba el proceso de todas las colecciones, y debido a los cambios tan rápidos en la moda, cada vez existe una mayor tendencia a cambiar de prendas cada temporada por lo cual se crean toneladas de prendas que no se usan, que acaban en vertederos generando una cantidad enorme de residuos. Este problema solo afecta al ser humano puesto que en la naturaleza el desecho de un organismo se convierte en una materia prima crucial para otro organismo, pero en este caso, el proceso de la prenda terminaba en la propia tienda. He dicho terminaba puesto que Inditex ha querido cambiar la vida de las prendas que terminaban en la tienda y se ha propuesto promover una iniciativa para todas esas prendas que ya no nos ponemos con el fin de que tengan una “segunda vida”. Para ello ya hay instalados contenedores para la recogida de prendas que ya no usamos.

Todas estas prendas recogidas irán destinadas a distintas organizaciones sin ánimo de lucro dependiendo del estado de la prenda, Caritas y Cruz Roja las recogerán para comercializar con las que estén en buen estado y así poder financiar sus proyectos y habrá otra cantidad importante de ellas las cuales servirán para la creación de nuevas prendas a través de esas prendas recicladas, usando sus tejidos y creando nuevas prendas listas para ser comercializadas.



**Ilustración 6:** Programa Join Life (Fuente: Inditex 2019)

En la imagen podemos ver distintas prendas creadas a través del proyecto Join Life que son prendas recicladas de los contenedores instalados en sus tiendas. Estas prendas pueden ser compradas tanto en las propias tiendas como en la página web.



### 4.2.3 Cadena De Suministro

Después de lo explicado anteriormente, sabemos que Inditex tiene un gran compromiso social y medioambiental, el problema es, ¿podemos corroborar que en toda la cadena de suministro está ese compromiso social y medioambiental?

Inditex diseña, fabrica y vende sus propios productos, es decir, tiene que tener un control total de toda la cadena de suministro. En el año 2013 se aprobó un Plan Estratégico para una Cadena de Suministro Estable y Sostenible. Con ello, pretenden reafirmar su compromiso con los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas. Este Plan Estratégico tiene cuatro líneas de actuación (identificación, evaluación, optimización y sostenibilidad) y constituye una hoja de ruta con objetivos y actividades para garantizar la sostenibilidad social de la cadena de suministro.

Las distintas acciones desarrolladas en cada una de las líneas de actuación del Plan, así como los programas El Trabajador en el Centro, han contribuido a que a un año de finalización del mismo el cumplimiento de todos los objetivos específicos prácticamente se haya alcanzado.



**Ilustración 7:** Plan estratégico para una cadena de suministro estable y sostenible 2014-2018 (Fuente: Memoria RSC Inditex 2017)

Para la evaluación de este programa existe un Programa de Cumplimiento del Código de Conducta que es una herramienta clave para asegurar que todas las empresas de la cadena de suministro de Inditex cumplen el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores. En este programa se enmarcan las distintas acciones orientadas a la evaluación y optimización de todas las fábricas y proveedores, con el foco siempre puesto en la mejora de las condiciones sociolaborales de los trabajadores. De esta forma, el Programa de Cumplimiento es la base sobre la que se desarrollan todas las iniciativas de protección y promoción de los Derechos Humanos y laborales de los

trabajadores, que van mucho más allá que la mera monitorización y evaluación de las mismas. (Memoria RSC de Inditex, 2017).



**Ilustración 8:** Programa de Cumplimiento (Fuente: Memoria RSC Inditex 2017)

### 4.3 MANGO Y LA RSC

La elección de la comparativa entre Mango e Inditex se debe a que ambas son las empresas del sector textil en España más grandes, ambas tienen un origen similar ya que son familiares y las dos están localizadas en todo el mundo.

Se debe destacar que, a diferencia de Inditex, Mango no cotiza en bolsa, pero al igual que Inditex, también se ha visto involucrado en distintos escándalos relacionados con malas prácticas de RSC, como la tragedia de Bangladesh, explicada anteriormente.

Para paliar estas malas prácticas, Mango también posee un compromiso de RSC plasmado en su Memoria de RSC, la cuál ha sido la fuente principal para la elaboración de este apartado, diferenciando la parte social, medioambiental y cadena de suministro, como he comentado en el apartado de Inditex, a mi parecer, considero



que hacer un análisis de la cadena de suministro en vez de la dimensión económica, puede aportar mayor valor a este trabajo.

### **4.3.1 Dimensión Social**

La dimensión social de Mango, al igual que Inditex, no es tan conocida ya que participa en varios proyectos que no tienen la misma difusión que sus malas prácticas. A continuación, destacaremos distintas medidas que lleva a cabo en relación a este punto.

#### **Empleabilidad**

En su Memoria de RSC destacan la importancia de su equipo humano ya que son estos quienes les permiten alcanzar sus objetivos.

Desde 2008 colabora con el Centro Especial de Empleo Fundación CARES para crear puestos de trabajo para personas con discapacidad o en riesgo de exclusión. La parte en la que trabajan estas personas con discapacidad es en la preparación de los pedidos que se realizan de forma online.

Cuenta también con un programa de prácticas para alumnos recién graduados, en 2017 se incorporaron a distintas sedes 354 becarios de los cuales el 22% fue contratado posteriormente.

En cuanto a su plantilla interna tienen muy en cuenta su opinión ya que han construido distintas vías de comunicación. Un ejemplo de esto es la iniciativa llamada “Si yo fuera presidente” en la que un representante de cada departamento hace de portavoz aportando mejoras, acordadas en el departamento, que se publican y se comunican a todos los empleados en los boletines internos de la empresa.

#### **Bienestar social y educación**

La presencia de Mango es mundial por lo que su compromiso social pretende estar presente en gran parte de la comunidad donde actúan, para ello llevan a cabo una serie de medidas.

FUNDACIÓN VICENTE FERRER. Financiación de un centro de formación y producción de artesanía en Anantapur, India, con el objetivo de crear empleo a mujeres indias con discapacidad para que puedan tener una vida autónoma.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER (AECC). MANGO da apoyo a la investigación del cáncer a través de becas con el fin de conocer en profundidad sus causas y comportamiento, la prevención, diagnóstico, tratamiento y seguimiento del enfermo.

#### **Ayuda humanitaria**

FUNDACIÓN VITA MUNDI. Financiación de un proyecto de alimentación complementaria destinado a las personas que viven en una zona de chabolas permanentes en Ganeshnagar, Bombay.

**MÉDICOS SIN FRONTERAS.** Mango es socio estratégico de la ONG y los fondos destinados apoyan directamente a la Unidad de Emergencias. Esta unidad tiene el reto de dar respuesta inmediata a cualquier emergencia, para lo cual realiza un seguimiento permanente de alertas, ya sean por epidemias, fenómenos naturales o conflictos bélicos.

Existen más ayudas sociales en las que Mango participa, pero he querido destacar las que a mi parecer tienen un mayor impacto en la sociedad.

#### **4.3.2 Dimensión Medioambiental**

Para reducir el impacto medioambiental de su actividad interna, Mango ha puesto en marcha una serie de buenas prácticas ambientales dirigidas a reducir los envases y embalajes, reducir los consumos y usar materiales sostenibles en las tiendas y edificios propios.

##### **CO<sub>2</sub>**

Mango tiene una clara preocupación por el efecto invernadero y las emisiones de CO<sub>2</sub>, por lo que desde 2009 ha colaborado en los siguientes proyectos para compensar las emisiones de CO<sub>2</sub>:

**ENERGIA EOLICA EN MAHARASHTRA Y GUJARAT (INDIA).** El proyecto consiste en la generación de energía eólica en las regiones de Maharashtra y Gujarat en la India, trabajando a través de la plataforma CeroCO<sub>2</sub>. Este programa cuenta con la verificación internacional Voluntary Carbon Standard (VCS) que garantiza su calidad, rigurosidad y transparencia. (Mango, 2019).

**ENERGIA EOLICA EN MADHYA PRADESH (INDIA).** Al igual que en el proyecto anterior, esta iniciativa consiste en la generación de energía eólica, en este caso realizado a través de la organización Lavola Sostenibilidad, en la región de Madhya Pradesh, India. Asimismo, este programa cuenta con la verificación internacional Voluntary Carbon Standard (VCS). (Mango, 2019).

**SUSTITUCION DE COMBUSTIBLE EN CAPEL (BRASIL).** Este proyecto consiste en la sustitución del combustible de madera utilizado por dos pequeñas industrias cerámicas, debido a su alto valor ecológico, por biomásas renovables para generar energía térmica. Al igual que en el caso anterior, se ha realizado mediante la organización Lavola este proyecto cuenta con las verificaciones internacionales Voluntary Carbon Standard (VCS), Social Carbon. (Mango, 2019)

#### **Eficiencia energética en el punto de venta**

Una empresa de las dimensiones de Mango con más de 2.700 puntos de venta, uno de sus principales objetivos en referencia a su dimensión medioambiental es establecer una eficiencia energética óptima en sus puntos de venta. Con esto la reducción del impacto medioambiental que lleva a cabo Mango se verá disminuida en un porcentaje muy alto. Para ello, Mango ha participado en un proyecto desarrollado por la Cátedra de RSC Mango-ESCI para la elaboración de una guía de recomendaciones prácticas de eficiencia energética para puntos de venta (Mango, 2019).

Algunas de las medidas que lleva a cabo para llevar una eficiencia energética son las siguientes:

- Iluminación: La iluminación de las tiendas de Mango es a través de LEDs. En las horas que no hay público tienen incorporados sistema de control de iluminación.
- Bolsas: Las bolsas son uno de los materiales que más utilizan las empresas textiles y el plástico es tremendamente perjudicial para el medioambiente, por lo que las bolsas de Mango son en un 74% de papel reciclado.
- Climatización. Cuentan con equipos de climatización de alto rendimiento en frío y calor para obtener una mayor potencia con menos consumo.

### **Uso de tejidos y fibras sostenibles**

Mango vende prendas hechas con materiales como algodón orgánico, algodón reciclado, algodón de producción sostenible, polyester reciclado, lana reciclada, entre otros, este proyecto se llama *Mango Committed*. En 2017 Mango había producido 4 millones de prendas con características sostenibles lo que supone el 3% de toda su producción. Este porcentaje se espera ser duplicado en años posteriores. (Memoria Sostenibilidad Mango, 2017).

### **Proyecto Second Chances**

Es un proyecto muy similar al “Closing the loop” de Inditex, consiste en poner contenedores en las tiendas para la recogida de ropa para así tener una economía circular y reducir los residuos textiles. Con esta medida se quiere llevar a cabo el objetivo 12 de los ODS de Producción y Consumo Responsables.

### **4.3.3 Cadena De Suministro**

Al igual que pasa con Inditex, somos conscientes de que Mango lleva a cabo distintas medidas en relación con la dimensión social y medioambiental, pero al ser una empresa tan grande, existe la necesidad de que esas medidas también sean llevadas a cabo a lo largo de toda la cadena de suministro. Para ello, Mango a través de su Memoria de Sostenibilidad expone qué medidas llevo a cabo para controlar todo el proceso de la cadena de suministro.

Mango tiene un Código de Conducta social, laboral y ambiental que es un requisito indispensable para que Mango firme un acuerdo contractual con un proveedor. Dicho acuerdo tiene en cuenta los siguientes puntos:

<p><b>1. TRABAJO INFANTIL</b> Los fabricantes no utilizarán trabajo infantil de acuerdo con los criterios establecidos en los convenios de la OIT. Asimismo, nuestra política sobre el trabajo de menores se basa en el convenio de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño.</p> <p><b>2. TRABAJOS FORZADOS Y OBLIGATORIOS</b> Los fabricantes no utilizarán ningún tipo de trabajo forzado y obligatorio.</p> <p><b>3. SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b> Los fabricantes garantizarán a sus empleados un lugar de trabajo seguro (prevención de incendios, maquinaria, etc.) y saludable (luz, ventilación, condiciones higiénicas, etc.) cumpliendo, asimismo, con todo lo exigido en la legislación que sea de aplicación en esta materia. De igual forma garantizarán que estas condiciones sean extensivas, en el caso de ser aplicable, a todas las instalaciones</p>	<p>destinadas a sus empleados. Por otro lado, en el caso de los fabricantes de prendas vaqueras, no se utilizará la técnica de desgastado denominada <i>sandblasting</i> consistente en un chorro de arena a presión, debido al riesgo que tiene sobre la salud de los trabajadores que la realizan.</p> <p><b>4. LIBERTAD DE ASOCIACIÓN</b> Los fabricantes respetarán el derecho de sus empleados a asociarse, organizarse o negociar colectivamente sin que sufran por ello ninguna clase de sanción.</p> <p><b>5. DISCRIMINACIÓN</b> Los fabricantes no realizarán ningún tipo de discriminación en las prácticas laborales y de contratación por motivos de raza, nacionalidad, religión, discapacidad, sexo, edad, orientación sexual, asociación o afiliación política o cualquier otra situación.</p> <p><b>6. MEDIDAS DISCIPLINARIAS, ACOSOS Y ABUSOS</b> Los fabricantes no harán uso de castigos corporales, así como de abusos físicos o</p>	<p>psicológicos y/o cualquier otra tipología de acoso.</p> <p><b>7. HORARIO DE TRABAJO</b> Los fabricantes acatarán la legislación aplicable y las reglas de su industria en materia de horas trabajadas. Las horas extraordinarias deberán ser siempre voluntarias y adecuadamente retribuidas.</p> <p>Si se realizan horas extraordinarias, se aceptará un máximo de dos horas por día. En el caso de que se produzcan condiciones excepcionales de forma puntual cabe la posibilidad de modificar este límite aceptando aquellas situaciones que, con las características anteriormente descritas, y siendo razonables y lógicas, se realicen siempre de mutuo acuerdo con el trabajador no superando nunca el máximo anual de horas extraordinarias totales al año previstas en la legislación.</p> <p><b>8. REMUNERACIONES</b> Los fabricantes garantizarán que los salarios cumplan rigurosamente con</p>	<p>todas las leyes. Asimismo el salario mínimo legal se interpretará como tal mínimo, pero no como un nivel recomendado.</p> <p><b>9. SUBCONTRATACIÓN</b> Los fabricantes sólo pueden realizar las producciones en aquellas fábricas autorizadas y verificadas por MANGO.</p> <p><b>10. MEDIO AMBIENTE</b> Toda la actividad de los fabricantes, se realizará de manera respetuosa con el medio ambiente cumpliendo, asimismo, la legislación y reglamentación prevista. Todos los fabricantes deberán suscribir el documento de compromiso de restricciones sobre productos químicos de MANGO.</p> <p><b>11. CUMPLIMIENTO DE LA LEGALIDAD VIGENTE</b> Los fabricantes deberán también cumplir la legislación aplicable en todo lo no previsto en los puntos anteriores.</p>
---	--	---	--

**Ilustración 9:** Código de Conducta social, laboral y ambiental (Fuente: memoria RSC Mango 2017)

Para Mango es muy importante la trazabilidad de la cadena de suministro, otra medida que utilizan es que no permiten que sus proveedores subcontraten funciones, como podría ser el lavado de las prendas, a otras empresas sin su consentimiento. Con el fin de que todos estos objetivos se cumplan, un contrato firmado no es suficiente y Mango lo sabe, para ello hay profesionales de Mango que se dedican a hacer controles de calidad sorpresas en las fábricas de los proveedores con el fin de ver cómo es el trabajo que realizan y verificar que cumplen con dicho código.

## 5. CONCLUSIONES

La RSC es una herramienta que utilizan las empresas con el fin de diferenciarse. Cada vez vemos a más empresas implementar medidas de RSC en su organización y sabemos que esto es, en gran medida, porque genera confianza en el sistema y aporta diferenciación de cara a los consumidores.

He escogido el sector textil para hacer un estudio de RSC ya que existen multitud de empresas multinacionales dedicadas a este sector y con ellas, millones de personas trabajando en este sector, por lo que tienen un impacto enorme en la sociedad y por ello, su aporte en medidas de RSC es muy importante ya que puede servir de motor al desarrollo de la economía y tener gran impacto social y medioambiental.

No podemos olvidar los grandes escándalos en los que se han visto envueltas las empresas del sector textil de todo el mundo por no realizar medidas de RSC y que su mayor preocupación fuera económica, por lo que la implantación de estas medidas es de vital importancia en todas las empresas.

Mango e Inditex son las empresas textiles más grandes del sector textil en España, multinacionales que de forma directa o indirecta tienen presencia en todo el mundo, por lo que su impacto social, medioambiental y económico es muy elevado. Debido a esto existe la necesidad de que lleven a cabo medidas de RSC, y así lo hacen.








Con este trabajo he querido hacer un análisis de las medidas que llevan a cabo con relación a RSC tanto Inditex como Mango, ya que son las empresas más grandes del sector en España, hacer una comparativa entre ellas y ver que Objetivos de Desarrollo sostenible cumplen.

Una vez hecho el análisis, lo primero que tengo que decir es la sorpresa que me he llevado al ver y ser consciente de la cantidad de medidas relacionadas con RSC que llevan a cabo ambas empresas y la cantidad de inversión que utilizan para ello. Existen grandes diferencias entre las dos empresas, pero ambas tienen una importante política de RSC implantada en su organización.

Por un lado, Inditex es el gigante en todos los sentidos, ya que es la empresa del sector textil más grande del mundo, pero también tenemos que destacar la enorme inversión que lleva a cabo en relación con RSC. Su aporte se puede ver en todos los sentidos, social, medioambiental, cadena de suministro, su gobierno corporativo...

En relación con los ODS, Inditex pretende lograr los 17 objetivos, así lo explica en su Memoria de RSC, y lo que hay que destacar es que no solo cuenta con estudios para llevar a cabo dichos objetivos, sino que Inditex ya está interno en muchos proyectos para llevar a cabo tales objetivos. Tengo que destacar que la memoria de la que he sustraído los datos es de 2017 que es la última publicada, por lo que cuando publiquen la Memoria de 2018 veremos que aún son mayores los proyectos en los que está involucrado y mayor será la inversión ya que es uno de los objetivos que dice esta memoria, que año a año pretende seguir mejorando en relación con medidas de RSC y con ellos aumentar la inversión en distintos proyectos.

A continuación, muestro las distintas medidas que lleva a cabo Inditex para poder conseguir cada uno de los ODS

OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE	Metas	PRIORIDADES	Principales indicadores o contenido relacionado	Páginas
	1.2	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	2.1	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	2.4	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	3.3	Nuestras personas	GRI 403-2	64
	3.8	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	3.9	Cadena de suministro socialmente responsable	Trabajadores beneficiados por programas salud y seguridad	98-101
	3.9	Circularidad y uso eficiente de los recursos	GRI 305-1	248
	3.9	Excellencia de nuestros productos	GRI 306-1	251
	4.4 y 4.5	Nuestras personas	GRI 404-1	58
	4.4 y 4.5	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	5.1	Nuestras personas	GRI 405-1	52, 60, 61, 236
	5.1	Cadena de suministro socialmente responsable	GRI 406-1	111, 113
	5.1	Gobierno Corporativo	GRI 405-1	204
	5.2	Cadena de suministro socialmente responsable	GRI 414-2	111, 113
	5.4	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	5.5	Gobierno Corporativo	GRI 102-22	201-205
	6.3	Excellencia de nuestros productos	GRI 306-1	251
	6.3	Circularidad y uso eficiente de los recursos	GRI 303-5	251
	6.4	Circularidad y uso eficiente de los recursos	GRI 303-1	251
	6.4	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	7.2	Circularidad y uso eficiente de los recursos	GRI 302-1	245-247
	7.2	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	7.3	Circularidad y uso eficiente de los recursos	GRI 302-4	245-247
	7.3	Excellencia de nuestros productos	GRI 302-5	236, 245-247

- Indicadores seleccionados en base a la guía: Business Reporting on the SDGs. An Analysis of Goals and Targets.
- Indicadores establecidos por Inditex que se corresponden con contenidos presentes en los estándares de GRI.
- Indicadores internos establecidos por Inditex.

OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE	Metas	PRIORIDADES	Principal indicador o contenido relacionado	Páginas
	8.5	Nuestras personas	GRI 102-28	208
	8.5	Cadena de suministro socialmente responsable	Trabajadores involucrados en programas de Trabajador en el Centro	239
	8.5	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	8.5	Gobierno Corporativo	Políticas que formalizan el compromiso de Inditex con el empleo decente	227-228
	8.6	Nuestras personas	GRI 401-1	372
	8.6	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	8.7	Cadena de suministro socialmente responsable	GRI 408-1	111-113
	8.7	Cadena de suministro socialmente responsable	GRI 409-1	111-113
	8.7	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	8.8	Cadena de suministro socialmente responsable	GRI 407-1	111-113
	9.2	Transparencia fiscal	GRI 201-1	253
	9.4	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-1	168, 169, 252, 253
	9.4	Excelencia de nuestros productos	Número de instalaciones involucradas en el programa Ready To Manufacture	243
	9.4	Circularidad y uso eficiente de los recursos	Tiendas ecoeficientes	144, 145
	10.2	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	10.3	Nuestras personas	GRI 102-8	50, 51, 61, 236
	10.7	Cadena de suministro socialmente responsable	Trabajadores beneficiados por programas protección de los migrantes	102, 103
	11.2	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-1	168, 169, 252, 253
	12.2	Innovación en la gestión de la cadena de suministro	Identificación de proveedores y fabricantes	71, 73
	12.2	Cadena de suministro socialmente responsable	Proveedores tomados	104, 105
	12.2	Nuestras personas	Número de personas dedicadas internamente a la sostenibilidad	236
	12.2	Excelencia de nuestros productos	GRI 301-2	122
	12.2	Circularidad y uso eficiente de los recursos	GRI 302-2	249
	12.2	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	12.4	Excelencia de nuestros productos	Sustancias químicas reguladas en The List, by Inditex	243
	12.4	Circularidad y uso eficiente de los recursos	GRI 306-1	251
	12.5	Excelencia de nuestros productos	GRI 301-2	122
	12.5	Circularidad y uso eficiente de los recursos	GRI 306-2	249, 250
	12.8	Excelencia de nuestros productos	GRI 417-1	119
	12.8	Nuestros clientes	Número de consultas recibidas por los distintos medios de atención al cliente	45
	13.1	Excelencia de nuestros productos	GRI 305-5	144
	13.1	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	14.3	Circularidad y uso eficiente de los recursos	GRI 305-1	248
	14.3	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	15.1	Excelencia de nuestros productos	GRI 304-2	123
	15.2	Circularidad y uso eficiente de los recursos	GRI 305-2	248
	15.2	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	16.3	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	16.5	Gobierno Corporativo	GRI 205-1	107, 227, 228
	16.7	Gobierno Corporativo	GRI 102-24	205, 206, 217-219
	16.7	Creación de valor para nuestros accionistas	Peticiones atendidas por la oficina del accionista	190
	17.16	Cadena de suministro socialmente responsable	Relación de cooperación con entidades internacionales	80, 84, 87
	17.17	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184
	17.17	Cadena de suministro socialmente responsable	Alianzas público-privadas	83
	17.17	Gobierno Corporativo	Reuniones del Consejo Social	229
	17.17	Contribución al bienestar comunitario	GRI 203-2	170-184

**Ilustración 10:** Objetivos de desarrollo sostenible en la estrategia de Inditex (Fuente: Memoria RSC Inditex 2017)

En cuanto a Mango, como hemos podido ver también hace una gran inversión en RSC, pero, en mi opinión existe una gran diferencia con Inditex, Mango está inmerso en multitud de estudios para ver cuáles son las medidas que debe tratar, como por ejemplo el estudio de Huella hídrica de un tejanos estándar, que es un proyecto que estudia la cantidad de litros que se usan para la elaboración de un tejanos estándar, pero no da información sobre las medidas que lleva a cabo para disminuir la cantidad de agua utilizada o alguna manera de que esa agua sea reutilizado. En cuanto a medidas de acción social, Mango invierte en muchos proyectos que se encuentran asentados en Barcelona, ya que es la ciudad donde se iniciaron, pero debido a que su producción mayoritariamente se encuentra en Asia y África, debería tener esto más en consideración. Por otro lado, en relación con acciones medioambientales, como he comentado, está inmerso en estudios, pero debe ir un paso más hacia delante y poner en marcha más proyectos invirtiendo en un mayor número de medidas medioambientales, por lo comentado anteriormente en referencia al consumo de litros de agua por tejanos.

A continuación, expongo los ODS que en mi opinión Mango cumple y con qué medidas los lleva a cabo.

ODS	PROYECTO
<b>1. Fin de la pobreza</b>	Fundación Vicente Ferrer
<b>2. Hambre cero</b>	Fundación Vita Mundi, Fundación Bancos De Alimentos
<b>3. Salud y bienestar</b>	Médicos Sin Fronteras
<b>4. Educación de calidad</b>	Fundación Natura Bissé (Fundación Ricardo Fisas)
<b>5. Igualdad de género</b>	Un entorno diverso y respetuoso con la igualdad es uno de sus objetivos explicados en su Memoria RSC 2017
<b>6. Agua limpia y saneamiento</b>	Hace un estudio del consumo de agua en un tejanos, pero no propone ninguna solución, por lo que para mí no es un objetivo conseguido
<b>7. Energía asequible y no contaminante</b>	Planta hidroeléctrica Darica (Turquía)
<b>8. Trabajo decente y crecimiento económico</b>	Código de conducta
<b>9. Industria, innovación e infraestructura</b>	Nuevas tiendas sostenibles
<b>10. Reducción de las desigualdades</b>	Igualdad salarial entre hombres y mujeres
<b>11. Producción y consumo responsables</b>	Nuevas tiendas sostenibles
<b>12. Producción y consumo responsables</b>	Tiendas ecoeficientes

<b>13. Acción por el clima</b>	Proyecto Huella de Carbono
<b>14. Vida submarina</b>	No hace ninguna mención
<b>15. Vida de ecosistemas terrestres</b>	Huella de Carbono
<b>16. Paz justicia e instituciones sólidas</b>	Código de conducta
<b>17. Alianzas para lograr los objetivos</b>	No hace ninguna mención

**Tabla 1:** Elaboración propia (Fuente: Memoria RSC Mango 2017 y ODS)

Lleva a cabo medidas para conseguir 13 de los 17 objetivos de ODS, no está mal, pero Mango debe invertir mucho más para conseguir cumplir con los 17 objetivos y que, además, siga invirtiendo en los objetivos que ya cumple.

Por esto, comparando la Memoria de RSC de Inditex y de Mango, Mango parece estar en un nivel inferior a Inditex, no podemos olvidar que los ingresos de ambas compañías son muy dispares, pero da la sensación de que Mango aún está un paso por detrás a Inditex en relación con medidas de RSC, que, en muchos casos, aún se encuentra en el estudio de proyectos y no involucrado en el proyecto en sí.

Para finalizar decir que, la RSC es una herramienta que genera grandes ventajas competitivas a las empresas, y a su vez crea confianza en todos los stakeholders, por lo que la inversión que deben hacer las empresas para llevar a cabo medidas de RSC no es nada comparado con todos los beneficios que les aportan, tanto a la propia empresa como a la sociedad en general. Estas medidas son realmente importantes en el sector textil, puesto que, debido a la cadena de suministro de este tipo de empresas, el impacto, tanto social, económico y medioambiental en la sociedad es muy elevado.

Por ello animo a todas las empresas, en general, a que impulsen medidas de RSC en sus organizaciones, ya sean pequeñas empresas o grandes, ya que está comprobado que los beneficios que van a recibir tanto ellos como la sociedad en general, serán mucho mayores a la inversión y entre todos debemos llevar a cabo estas medidas, en menor o mayor escala ya que la necesidad de cuidar el planeta es de toda la sociedad.



## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Barral, Manuel. (2016). *La Opinión A Coruña*. [Consulta 10 de mayo de 2019]. Disponible en:

<https://www.laopinioncoruna.es/deportivo/2016/07/10/manuel-pablo-bello-barral/1087266.html>

- Benito, Mari. (2014). *El Confidencial*. [Consulta 24 de enero de 2019]. Disponible en:

[https://www.elconfidencial.com/economia/2013-05-11/los-trapos-sucios-de-la-moda-espanola\\_423566/](https://www.elconfidencial.com/economia/2013-05-11/los-trapos-sucios-de-la-moda-espanola_423566/)

- *Biografía y Vida*. (2016). [Consulta 22 de octubre de 2018]. Disponible en:

<https://www.biografiasyvidas.com/biografia/o/owen.htm>

- C. DE ANGELIS. (2016). *MODAES.ES* [Consulta 23 febrero de 2019]. Disponible en:

<https://www.modaes.es/back-stage/el-mapa-de-la-moda-2016-xi-los-gigantes-de-la-moda-espanola.html>

- CAVALA. (2014). *RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA*. [Consulta 4 de marzo de 2019]. Disponible en:

<http://responsabilidad-social-corporativa.com/beneficios-de-la-responsabilidad-social-corporativa/>

- Comino, Abril. (2018). *Tendencias*. [Consulta 4 de abril de 2018]. Disponible en:

<https://www.tendencias.com/noticias-de-la-industria/forbes-publica-lista-mayores-empresas-mundo-moda-si-inditex-esta-podium>

- Comunidadrse, (2015). [Consulta 22 de octubre de 2018]. Disponible en: <http://www.comunidadrse.com.ar/howard-bowen-el-padre-de-la-rse/>

- DE LA CUESTA GONZÁLEZ, Marta y MUÑOZ TORRES, María Jesús, (2010). *Introducción a la sostenibilidad y la RSC*. Oleiros [Consulta 30 de marzo 2019]. Disponible en:

[https://www.researchgate.net/profile/Maria\\_Munoz-Torres/publication/260506893\\_Introduccion\\_a\\_la\\_sostenibilidad\\_y\\_la\\_RSC/links/58b1ba2f92851cf7ae8ec5f4/Introduccion-a-la-sostenibilidad-y-la-RSC.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Maria_Munoz-Torres/publication/260506893_Introduccion_a_la_sostenibilidad_y_la_RSC/links/58b1ba2f92851cf7ae8ec5f4/Introduccion-a-la-sostenibilidad-y-la-RSC.pdf)

- DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA Y DE COMPETITIVIDAD. [Consulta 3 de abril de 2019]. Disponible en:

<http://www.castillayleon.ccoo.es/7de5ef0d53b25975a6a83bb4951fb64e000054.pdf>

- Foro de expertos en Responsabilidad Social de las Empresas constituido por el ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. *pág 7*. (2007). [Consulta 3 de noviembre de 2018]. Disponible en:

[http://www.mitramiss.gob.es/es/sec\\_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/foro\\_expertos/contenidos/INFORME\\_FOROEXPERTOS\\_RS\\_E.pdf](http://www.mitramiss.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/foro_expertos/contenidos/INFORME_FOROEXPERTOS_RS_E.pdf)

- Fuente de la afirmación de Friedman en libro Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica (2007). [Consulta el 7 de noviembre de 2018].
- Garcia. S. (2016). *Compromiso empresarial*. [Consulta 20 de octubre de 2018]. Disponible en:

<https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2016/08/es-la-rsc-tambien-para-las-pymes/>

- INDITEX. (2019). [Consulta a lo largo de todo el trabajo]. Disponible en.

<https://www.inditex.com/es/home>

- Mango. (2019). *Responsabilidad Social Corporativa*. [Consulta a lo largo de todo el trabajo] Disponible en:

<https://www.mango.com/web/oi/servicios/company/ES/empresa/rsc.htm>

- Masud Khan. (2013). *BBC*. [Consulta 30 de enero de 2019]. Disponible en:

[https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/12/131127\\_grandes\\_historias\\_2013\\_edificio\\_bangladesh\\_yv](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/12/131127_grandes_historias_2013_edificio_bangladesh_yv)

- MILLER, KATHARINA. (2016). *Compromiso empresarial*. [Consulta 5 de noviembre de 2018]. Disponible en:

<https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2016/07/la-integracion-voluntaria-y-no-discrecional-de-la-rsc/>

- Nájera, Fernando. (2015). *RSC Empresa responsable: triple dimensión económica, social y medioambiental*. [Consulta 1 de abril de 2019]. Disponible en:

<http://www.i-ambiente.es/?q=blogs/rsc-empresa-responsable-triple-dimension-economica-social-y-medioambiental>

- ODS. (2019). [Consulta 15 de mayo de 2019]. Disponible en:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

- Raworth, K. (2004). *Más por menos. El trabajo precario de las mujeres en las cadenas de producción globalizadas*, Oxfam Internacional, Madrid. [Consulta el 23 de enero de 2019]. Disponible en:

<http://www.bielpidiovaldes.org/maspormenos.pdf>

- Sales, A. (2013). *Guía para vestir sin trabajo esclavo*, Icaria Editorial, Barcelona. [Consulta 15 de diciembre de 2018].